

《品牌维他命》

图书基本信息

书名：《品牌维他命》

13位ISBN编号：9787509203170

10位ISBN编号：7509203171

出版时间：2008-1

出版社：中国市场出版社

作者：维传凯普传播机构

页数：211

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu000.com

《品牌维他命》

内容概要

《品牌维他命2》是一本中国本土广告公司品牌策略、创意案例的荟萃，其中既有系统的品牌维护的全方位战略呈现，也有借助创意实现传播突破的精彩战役。维传凯普把自身广告传播角色定位是“品牌维他命”，这个定位作为广告传播的角色描述理性而客观，对成长期的中国品牌来说则意义深远。维传凯普用所服务品牌的业绩不断证明“品牌维他命”的效力，维传凯普自身也成为中国传播业界备受瞩目的品牌。

在出版《品牌维他命2》之前，维传凯普结集了《学院实战派》和《品牌维他命》两本案例集，这两本小范围赠阅的读物受到了多方面的肯定和鼓励。《品牌维他命2》是智慧、经验分享的继续。

《品牌维他命2》与时下的传播广告类书籍相比，有3个鲜明特点：

- 1.广泛代表性——案例所涉及品牌的市场和品类差异大，且均处于行业领导者地位，品牌代表性强；
- 2.绝对实战性——所有案例均来源于实际的作业层面，策略和创作展现都以最终执行稿为标准；
- 3.超强时效性——核心案例素材集中在2006—2007年，与策略执行几乎同步，真正“新鲜出炉”。

《品牌维他命》

作者简介

这是一本中国本土广告公司品牌策略、创意案例的荟萃，其中既有系统的品牌维护的全方位战略呈现，也有借助创意实现传播突破的精彩战役。

从本书的案例分享中我看到了睿智的思考和敬业的态度，这是让“专业”有价值的关键，我把《品牌维他命》推荐给所有认同专业价值的人。——中国传媒大学副校长/丁俊杰

商战的最高境界是品牌之战。品牌决战是胜者为王。此书告知你王者之道——《国际广告》总编/刘立宾

维传凯普为客户提供了高效并极具创意的服务，在广告业内广受好评。《品牌维他命》展示了精彩的客户案例，并使公司备受瞩目。——李奥贝纳广告公司大中华区CEO/Michael

看着同为本土的维传凯普如此生猛的发展势头，叶茂中这厮除了赞叹还有期许；而在读着这本书时感受到的真打实练的劲头，更让我看到中国本土广告公司的大未来。——叶茂中营销策划机构总裁/叶茂中

在生活中，你随时能感知到品牌的影响力；在这本书里，你能发现品牌影响力是如何形成的。——好利来总裁/罗红

品牌的内涵就是质量和诚信的相加。维他命代表着无止境地创造能量，这便是维传凯普的企业精神，也是这本书给予我的信息价值。——影视表演艺术家/濮存昕

《品牌维他命》

精彩短评

- 1、内容很有趣。
- 2、没什么意思
- 3、暂时只觉得装帧设计好
- 4、WK
- 5、品牌广告业了解入门，有很具体的案例分析，剖析广告人进行营销的考虑
- 6、媒介心论部分
- 7、有意思~广告里的大学问
- 8、启发太多了~

1、第一次听说维传凯普这个听上去很国际但叫上去很拗口的名词。第一次认识蒙牛的幕后推手W&K。第一次见识了具有学院背景的“精英文化”。作为一个纯粹的消费者。除了蒙牛酸酸乳依附超级女声火遍中国那一年，对于后续的所谓品牌升级策略并没有直观的感受和印象。所以蒙牛酸酸乳的成功最关键一钉还是在于钉在了超女上。在离开超女的日子里，包括王心凌在内的代言并无法逾越之前的宣传。但不得不学习和佩服的是赞助商的主动性和互动性。在许多赞助商以为拿钱便万事大吉的时候，他们学会了参与和主动出击。一个广告语——酸酸甜甜就是我；一个代言人——张含韵；一支主题广告歌——酸酸甜甜就是我；一支配合活动的主题广告片——《圆梦篇》；一个主题活动——超级女声。2005至2006年间，蒙牛凭借其高度统一和整合的传播，细致入微的传播结构及快速的市场反应成为了乳制品市场的大赢家。在2007年，与《音乐风云榜》的合作中，蒙牛依然显示了其主动性和创造性。“如果只是简单的冠名显然不是蒙牛的一贯作风，利用和光线传媒合作的契机，打造全新音乐比赛类栏目‘风云新人’，以‘挑战明星，挑战音乐风云榜’为核心主张，塑造品牌新形象，进行传播的升级”，“通过这一系列活动的规划和实施，蒙牛酸酸乳不仅加强了‘音乐风云榜’与消费者的互动，也为蒙牛酸酸乳确立了一个更有发展空间的音乐舞台。说到音乐，这也是贯穿蒙牛酸酸乳营销传播的主线。无论是05、06的超级女声，还是07的音乐风云榜；无论是05的张含韵、06的李宇春、07的王心凌，都与音乐有着密切的联系。这种音乐营销的模式，使音乐与品牌之间形成共鸣，让品牌经久传唱。就像这次给BTV-科教做的整体包装，就推出一支歌曲作为频道歌曲，这支歌曲以其优美的旋律在制作人员之间传唱，大家都很喜欢，我们坚信我们只是众多受众的一个缩影，BTV科教在2010年必将取得更大的成绩和突破。言归正传，这本书最抢眼之处在于图书的印刷，无论是纸质还是图片质量都没的说。但是正文文字太小，读起来有些吃力，相较于叶茂中那几本书来说，这本读起来更晦涩，篇幅冗长。十分之抱歉，我只能粗略翻阅一遍，无法仔仔细细将其读完。因为还有很多好书要读。

《品牌维他命》

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:www.tushu000.com